

FOLKCOMUNICAÇÃO: UMA DÉCADA DE CONTRIBUIÇÃO DA CÁTEDRA UNESCO/METODISTA DE COMUNICAÇÃO

Maria Cristina Gobbi

INTRODUÇÃO

Nossa cultura é resultado de um Brasil de fusões e de intercâmbios, de culturas antigas, como as indígenas, as africanas, as imigrantes (japonesa, italiana, alemã, etc.) e da própria migração de norte a sul, de leste a oeste desse país de dimensões continentais.

Este enriquecimento de signos e significações permeados pelos meios de comunicação de massa são traduções de uma história específica, um ritmo próprio, com peculiaridades mostradas nos tempos históricos e subjetivos. A complexidade de ritmos, de formas, de cores, de valores e de manifestações configura o patrimônio de uma sociedade, que recheada de importância peculiar garante a preservação do passado e permite a construção do futuro.

As manifestações culturais de um povo possibilitam demonstrar as composições global, participativa e interativa nos múltiplos cenários globalizados.

A regionalização não é um obstáculo à globalização. Não são forças excludentes. Ao contrário, aquela pôde ser vista como um processo por meio do qual a globalização recria a nação, de modo a conformá-la à dinâmica da economia e da cultura¹ transnacional. É do âmbito do capitalismo global que se desenvol-

* Texto originalmente publicado na Revista Razón y Palabra. Número 60, Enero-Febrero, editada pelo Instituto Tecnológico de Monterrey (México).

** Pós-doutora pelo PROLAM da Universidade de São Paulo. Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Diretora Suplente da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Coordenadora do Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano *José Marques de Melo*, da Cátedra Unesco. Professora do Programa de Pós-Graduação em TV Digital da UNESP de Bauru. Coordenadora Nacional do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) e Coordenadora do Grupo de Pesquisa “Pensamento Comunicacional Latino-Americano” do CNPq. E-mail: mcgobbi@terra.com.br.

¹ O termo cultura foi inserido (pela autora do texto), por julgar que a definição de globalização tratada sob o âmbito econômico, também engloba o conceito de cultura, que forma o perfil de uma nação.

vem subsistemas econômicos e culturais regionais que redesenham e integram economias e culturas nacionais, recolocando-as nas linhas de força da globalização (MARQUES DE MELO & LOPES, 1997).

Os processos de globalização que o mundo atravessa consolidam a priorização do regional em uma constante busca de mecanismos que transcendem as questões nacionais e/ou globais.

Com afirma José Marques de Melo (2005),

[...] o século XXI desponta sob o signo da globalização acelerada. Na esfera político-econômica, os encontros anuais de *Davos* e de *Porto Alegre* oferecem nítidas evidências desse processo mundializador. Agentes da economia internacionalizada e militantes políticos anti-globais reúnem-se para explicitar suas teses e antíteses. Tratam-se, contudo, de eventos e de performances que se esgotam no imaginário das elites. Frente a eles, as camadas populares agem como meros espectadores midiáticos. Sem apreender-lhes o sentido, os cidadãos comuns terminam por alijar da sua vida cotidiana a retórica dessas manifestações periódicas.

Mas o que percebemos na atualidade é uma busca, nem sempre perceptível para os menos atentos, de ações que evidenciam costumes, credos e outras formas de participação social, que estão presentes em manifestações diversas e que repercutem intensamente nas camadas mais populares. São as formas culturais de um orbe específico e singular, mas não individual, incorporadas ao universo simbólico das comunidades periféricas, formando um mosaico de revelações singulares, mas não únicas, que rompe o isolamento social a que comunidades inteiras são submetidas por conta da chamada globalização.

Costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na *aldeia global*. Da mesma forma, padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional, regional ou local ressuscitam profusamente, facilitando a interação entre gerações diferentes, permitindo o resgate de celebrações, ritos, ritmos ou festas aparentemente condenados ao esquecimento (MARQUES DE MELO, 2005).

É neste cenário que as manifestações locais – que permeiam as diferenças regionais - eclodem com implicações sociais, econômicas, políticas e culturais, surgindo assim as manifestações de cultura nacional, como um produto derivado das diferenças histórico-geográfico-culturais.

Por outro lado, a busca de respostas para questões que abrigam as diferenças entre as localidades e os constantes desafios de se constituir um espaço mais

ou menos homogêneo, tem elevado a possibilidade de ações conjuntas e complementares não só nas áreas econômica e política, mas também na cultural, tanto locais quanto regionais. O desafio desta transformação tem permitido ultrapassar as próprias fronteiras e visualizar um conjunto global de atividades, predominando o sentimento de cooperação e de integração regional.

É neste sentido que as ações realizadas pela Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação, pela Rede Folkcom, pelo Grupo de Trabalho da Folkcomunicação da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), pelo Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), por diversos pesquisadores como: José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Oswaldo Trigueiro, Cristina Schimidt, Severino Lucena, Samantha Castelo Branco, Fábio Corniani, Betania Maciel, Jacqueline Dourado, Rosa Nava, Maria Cristina Gobbi, entre outros tantos, e manifestações como esta publicação, têm buscado consolidar o campo de pesquisa e estudos da chamada Folkcomunicação².

Estas ênfases mostram que na realidade brasileira os “comunicadores folclóricos” traduzem os conteúdos complexos dos meios de comunicação de massa e os interpretam segundo valores tradicionais das pequenas comunidades. Também realizam as ações contrárias, ou seja, resgatam, estudam e interpretam a apropriação de bens da cultura popular pela indústria cultural (MARQUES DE MELO, 1998, p. 1).

As pesquisas na área da comunicação têm passado por diversos períodos que, além de singulares, revelaram particularidades históricas, inseridas muitas vezes em movimentos políticos, econômicos e sociais, mas que não perdem de foco o respeito pelas singularidades culturais de nossa região. Embora, muitas vezes, carregadas de vieses que assimilam o passado e buscam reconstruir a própria identidade, as manifestações culturais nacionais têm travado um duelo pela recuperação do *ethos* nacional.

O desenvolvimento da pesquisa na área, caracterizado até então pela atuação coletiva, embora fortemente influenciado por personalidades-instituições, deu lugar a uma comunidade científica, composta por jovens pesquisa-

² Situado entre o Folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a Comunicação de Massa (difusão de símbolos através dos veículos mecânicos ou eletrônicos destinados a audiências anônimas, heterogêneas e dispersas). Se o Folclore compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas, a Folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de meios artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural. Esta era pelo menos a compreensão original de Luiz Beltrão, que a situava como processo de intermediação entre a cultura das elites (erudita ou massiva) e a cultura das classes trabalhadoras (rurais e suburbanas) ou dos marginalizados (grupos mantidos econômica, social e culturalmente à margem das instituições hegemônicas) (MARQUES DE MELO, 1998, p. 1).

dores, atuando, como afirma Marques de Melo (1998), “organicamente, porém de forma sintonizada com as demandas locais e nacionais”.

A partir do final do século passado a produção comunicacional vem sendo marcada pela inter, multi e pluri comunicação entre os diversos pesquisadores que “(...) ilhados dentro dos campi”, passam a buscar o intercâmbio como forma de consolidação das experiências acumuladas.

Para o professor Marques de Melo (2005), o grande dilema dessa comunidade acadêmica na atualidade, formada por pesquisadores, analistas de discurso e estudiosos das mediações culturais, é buscar os elementos capazes de fortalecer nossa identidade acadêmica e nossa singularidade cultural.

Essa busca na assimilação de conteúdos tem permitido o aprendizado de metodologias indispensáveis à produção e à difusão científica. A compreensão das teorias relativas aos efeitos sociais e culturais da mídia e de seus sistemas de produção tem delineado o perfil profissionalizante dos cursos de comunicação. Os resultados podem ser visualizados através dos estágios, intercâmbios e financiamento das pesquisas. Essa interação entre a práxis e a teoria tem permitido a difusão e a consolidação do campo da comunicação social e o conhecimento sobre nossa cultura, não só no Brasil, como também no exterior.

Um grande desafio tem sido a busca de modelos teórico-metodológicos universais, capazes de fomentar a especificidade do campo e de seus objetos de estudo, sem, contudo, abandonar a identidade cultural e a autonomia científica. Essas novas matrizes não têm a pretensão de criar uma ciência universal, mas de permitir o estudo de uma realidade comunicacional multifacetada e complexa de nossa região, sem o reducionismo à dimensão meramente instrumental.

Nesse sentido, esse texto procura recolher evidências sobre a primeira teoria considerada genuinamente brasileira – a folkcomunicação – tendo como marco referencial o pioneirismo de Luiz Beltrão.

1. OS CENÁRIOS E OS ATORES SOCIAIS

O estudo sobre a folkcomunicação foi um dos principais legados de Luiz Beltrão em sua batalha para conscientizar os estudantes de jornalismo quanto à comunicação coletiva e seus múltiplos desdobramentos. A atualidade da pesquisa desse pioneiro tem despertado o interesse de diversos grupos, não só no Brasil, mas também na América Latina e em países europeus.

Se, por um lado, a rapidez da sociedade da informação possibilita a criação cotidiana de “um mundo novo” de informações, com a oferta cada vez mais veloz de conhecimento exige, por outro, que toda essa gama de dados que circulam pelas “infovias” comunicacionais faça parte do cotidiano das pessoas quase que em tempo real. Esse ultimato se insere no mundo do tra-

balho, do lazer, da economia, da política, da cultura em uma aparente cobrança da inserção do indivíduo nesse contexto.

A relação entre local e global está cada vez mais “evidente”. Os conceitos de nação, nacionalismo, espaço, lugar, fronteira, identidade, entre outros, influenciaram a construção de novos modos de pensar a experiência comunicacional. Assim, tornou-se necessário organizar estratégias transacionais entre o velho e o novo e com personagens diversificados que se complementam dinamicamente, sem, contudo, perder a “personalidade”.

Comunicação é o problema fundamental da sociedade contemporânea – sociedade composta de uma imensa variedade de grupos, que vivem separados uns dos outros pela heterogeneidade de cultura, diferença de origens étnicas e pela própria distância social e espacial. Os grupos constitutivos da sociedade ora estão organizados com uma missão específica a cumprir e interesses definidos a salvaguardar, como é o caso do Estado, da Igreja, do Sindicato ou da Empresa; ora são informais, ligados apenas espiritualmente por certas idéias filosóficas, interesses gerais e experiências comuns à espécie humana – como a Nação, os crentes, os trabalhadores, os consumidores. Há, entretanto, na sociedade contemporânea, não obstante as características próprias e os conflitos de interesses imediatos de cada grupo, uma unidade mental, decorrente da própria natureza humana dos seus componentes e de um universal consenso. Os grupos acham-se, assim, vinculados a uma ordem semelhante de idéias e a um propósito comum: – adquirir sabedoria e experiência para sobreviver e aperfeiçoar a espécie e a sociedade. Sabedoria e experiência, sobrevivência e aperfeiçoamento que só se conseguem mediante a comunicação, – o processo mínimo, verbal e gráfico pelo qual os seres humanos intercambiam sentimentos, informação e idéias. (BELTRÃO, 2004).

Mas as diversidades de figuras que formam a sociedade atual são, entretanto, múltiplas, heterogêneas e dispersas, fazendo com que se busquem alternativas de ampliar o processo comunicativo. Afinal, todos querem trocar informações, “ver o outro” e aprender. Porém, como afirma Luiz Beltrão (2004)

(...) isso faz com que aquele diálogo cara-a-cara, direto, pessoal seja limitado. Para a sociedade de massa, exige-se a comunicação maciça, coletiva, que, utilizando diferentes instrumentos e técnicas, fornece mensagens de acordo com a identidade de valores dos grupos e, dando curso a diferentes pontos de vista, fomenta os interesses comuns, ora desintegrando ora criando solidariedades sociais.

A comunicação coletiva não se faz entre um indivíduo e outro como tal, mas em forma colegiada: o comunicador é uma instituição ou uma pessoa institucionalizada, que transmite a sua mensagem, não para alguém em particular, mas para quantos lhe desejam prestar atenção.

Embora estabelecida através de uma distância de tempo, espaço ou espaço-tempo, entre as partes e, aparentemente, unilateral, desde que, em regra, é feita através de um meio técnico construído de tal forma que somente o comunicador “fala”, constitui um diálogo, tanto como a comunicação pessoal.

Na comunicação coletiva, porém, o órgão comunicador só exerce uma espécie de atividade – a comunicativa. Não há, portanto, interrupções do circuito ou perda de contato entre os dois elementos – o agente e o paciente do processo. Assim, embora a comunicação coletiva seja, tecnicamente, unilateral, os receptores na verdade alimentam o diálogo, utilizando outros meios mecânicos para manifestar a sua reação, que não se reclama seja necessariamente em palavras. Porque a resposta à mensagem, na comunicação coletiva, não é discussão, mas ação.

Simultaneamente com a caracterização da sociedade de massa e o estabelecimento do império dos símbolos, que marcam o auge da competição individual e coletiva, mas reclamam como nunca um certo tipo de consenso na ação social, verificou-se a revolução tecnológica na comunicação. Iniciada com a publicação de impressos e a instituição dos correios, foi acelerada neste século³ com o cinema, o rádio e a televisão.

No século XX houve uma ampliação dos canais de comunicação e como consequência passou-se a exigir uma melhor compreensão dos efeitos causados nos processos comunicativos, fruto das escolhas dos “meios, canais, métodos e técnicas para tornar eficientes e produtivas as comunicações” (BELTRÃO, 2004).

Na esteira do desenvolvimento dos canais comunicativos ocorre a explosão do ciberespaço, onde foram criados negócios, profissões e atividades, estimulando novas áreas do conhecimento e acelerando a busca de informações. Os “fios” – da grande rede mundial – não têm fronteiras. Ultrapassam todos os limites, sem restrição de cultura, língua, posições políticas ou padrões de vida. Não separa por sexo, cor, raça ou religião. Não existe barreira capaz de parar esta trama. Faz parte da vida de muitos hoje.

³ O professor Luiz Beltrão refere-se aí ao século XX.

Até pouco tempo atrás o desafio de fazer a volta ao mundo em 80 dias parecia possível para poucos. Hoje, em questão de minutos, via Internet, podemos arrumar as malas e viajar pelos quatro cantos do mundo, rumo aos nossos maiores sonhos e sem sair de casa. Os caminhos do ciberespaço, como os do Planeta Terra, são muitos, dos mais diversos, inesperados e surpreendentes.

Também não podemos perder de perspectiva que uma parte importante do conhecimento e da própria evolução é resultado de produtos que circularam através dos meios massivos, vinculados diretamente a criações da cultura popular urbana, somados ao desenvolvimento da indústria cultural. Por outro lado, não é possível deixar de considerar as circunstâncias desse desenvolvimento, muitas vezes fruto de análises histórico-culturais próprias da evolução político-social.

Da mesma forma, a real aplicação desviou-se das perspectivas ortodoxas e convencionais da pesquisa na área e fundamentou-se na prática construtiva de conhecimento, de produtos comunicacionais e de formas para tornar a comunicação efetiva.

Esse conhecimento tem sido fruto de uma realidade cruzada por múltiplos fenômenos, tradições e requerimentos culturais, calcados em uma variedade de modelos e de paradigmas teórico-metodológicos.

Entretanto, como afirma Beltrão (2004), somente dados estatísticos, multiplicidade de meios e de canais de comunicação são “insuficientes para apurar os efeitos das mensagens e reaproveitar a reação dos receptores para novas e atualizadas comunicações”. Faz-se necessário conhecer o comportamento coletivo, definido por ele como forma essencial para realizar a comunicação efetiva. Assim, deve-se considerar no processo:

1. **a personalidade dos grupos organizados** aos quais se dirige e de que presume conhecer a maneira de ser e agir como unidade de liderança da comunidade;
2. **a situação sócio-econômica e cultural da comunidade como um todo**, tendo em conta fatores étnicos, condições ecológicas, índice de desenvolvimento, nível educacional, princípios filosóficos motrizes;
3. **as diretrizes políticas e a influência das elites dirigentes sobre o todo**, considerando o papel relevante das lideranças políticas e os reflexos do seu pensamento e da sua atividade na consciência e na ação coletiva;
4. **o quadro psicológico da atualidade universal**, pois a nossa comunidade não vive isolada, mas é parte do mundo físico e da humanidade inteira, nela repercutindo e alterando as reações de tudo que afeta o globo terrestre (a natureza) e a sociedade internacional (a espécie humana).

O balanço dos efeitos da comunicação assim realizado permite ao órgão comunicador coletivo escolher o conteúdo e até mesmo alterar a forma das suas novas mensagens. Esse trabalho de interação é o único realmente vital na comunicação coletiva. Sem ele, a mensagem estará irremediavelmente condenada: o órgão comunicador perde a sua energia e dinamismo, aliena-se, silencia. Como na comunicação coletiva não se permite interrupção do circuito ou perda de contacto com a comunidade, o comunicador alienado está extinto, chegou ao fim.

Os grupos organizados da sociedade, afirma Beltrão (2004), precisam conhecer

(...) os elementos, instrumentos, processo, técnicas e efeitos da comunicação coletiva notadamente quando tais grupos atuam numa área territorial de larga extensão e de diferentes estágios de desenvolvimento econômico e cultural.

Quando para cada parcela da comunidade se faz preciso usar uma linguagem especial, adotar um meio adequado, empregar uma técnica distinta, sem o que o diálogo é difícil, senão impossível. Os grupos organizados não entrarão em comunhão com as diversas outras camadas da sociedade, ficando assim privadas da plena obtenção dos seus fins, do cumprimento satisfatório da sua missão, e, por conseguinte, com os seus interesses definidos ameaçados.

Os observadores estudiosos da realidade e da atualidade brasileira têm assinado, com sinal marcante da situação nacional, a oposição entre Estado e Nação, entre elites dirigentes e a massa urbana e rural, entre os receptores freqüentes das mensagens jornalísticas pelos veículos convencionais e os públicos cegos e surdos a tais veículos e aparentemente mudos e inoperantes.

As várias mudanças ocorridas nos cenários globalizados e aquelas significativas na estrutura social dos trabalhadores da cidade e do campo permitiram entender que a relação entre cultura, sociedade, política e economia é um conjunto de trocas, onde todos os atores participam. Quer como produtores ou como consumidores, esses protagonistas utilizam os mais variados meios de comunicação, conjuntamente com múltiplas formas de manifestações desse intercâmbio e de suas significações. Também há a necessidade de conhecer sobre as formas como o povo reage às sugestões que lhe são feitas cotidianamente pelos meios de comunicação.

Não é possível, como afirma Beltrão (2004), continuar acreditando que a “população menos culta aceite princípios e normas de mudança social, adote novas maneiras de trabalhar, de agir, de divertir-se, um outro modo de crer e decidir”. É necessário analisar os cenários, as formas, os meios, as conseqüências

e os atores sociais envolvidos em todo o processo. “A nossa elite, inclusive a elite intelectual, tem o ‘folk-way’ das classes trabalhadoras das cidades e do campo apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária” (BELTRÃO, 2004); é isso que precisamos modificar.

Nesse sentido, para uma melhor compreensão dos conceitos defendidos por Luiz Beltrão e de suas implicações no processo comunicativo-social, a Cátedra Unesco/Metodista realiza anual o encontro nacional de folkcomunicação. Nesses eventos, que já estão (em 2007) em sua décima edição, o que temos percebido são as várias facetas da cultura e das múltiplas formas de manifestações populares, presentes na vida cotidiana. Além de evidenciar a maneira como a folkcomunicação ajuda no entendimento dos vários cenários, dos múltiplos atores participantes da ação comunicativa e de suas interações com a cultura e com a mídia, em uma mescla de tradição e atualidade. Assim, afirma Luiz Beltrão (2004).

Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore.

É nesse sentido que as contribuições da Cátedra Unesco/Metodista têm caminhado. Ou seja, como articuladora na criação de um ambiente propício de reflexão sobre a temática da Folkcomunicação, oferecendo às novas gerações esse conhecimento e permitindo aos estudiosos do tema um espaço singular de reflexão e ações.

2. OS ESTUDOS FOLKCOMUNICACIONAIS: ALGUMAS AÇÕES DESENVOLVIDAS NO ÂMBITO DA CÁTEDRA UNESCO/METODISTA⁴

Uma das ações empreendidas anualmente pela Cátedra Unesco/Metodista é a Conferência Brasileira de Folkcomunicação – Folkcom que, caminhando entre os conceitos de cultura popular e erudita, tem permitindo entender e ampliar as opiniões dos processos da cultura brasileira, tendo como cerne os estudos do professor Luiz Beltrão.

Dentre os principais objetivos dessas Conferências anuais, podemos citar: a) Permitir o conhecimento e a reflexão sobre o legado brasileiro na área de teorias da comunicação, contidos nos estudos do pioneiro Luiz Beltrão; b) Possibilitar a análise e a interação entre as culturas regionais e a cultura global,

⁴ Maria Cristina Gobbi. Texto publicado no *Anuário Unesco/Metodista* nº 10. São Bernardo do Campo: Unesco/Metodista, 2006 e atualizado para essa publicação.

a partir da mediação exercida pela indústria cultural; c) Estimular a reflexão e a pesquisa dos fenômenos singulares do calendário folclórico brasileiro, como por exemplo, o Natal, as festas populares e religiosas, o Carnaval etc. e d) Implementar a Rede Folkcom de pesquisadores na área, entre outras.

Desde a primeira Conferência, realizada em 1998, várias foram as temáticas debatidas e as contribuições recebidas de diversos pesquisadores, não só do Brasil, mais internacionalmente.

Para se ter uma idéia dessas contribuições, disponibilizamos abaixo um breve panorama das dez Conferências já realizadas.

Ano	Temática
1998 - I Folkcom	Folkcomunicação: disciplina científica
1999 - II Folkcom	Folkcomunicação e cultura brasileira
2000 - III Folkcom	Meios de comunicação, folclore e turismo
2001 - IV Folkcom	As festas populares como processos comunicacionais
2002 - V Folkcom	A imprensa do povo
2003 - VI Folkcom	Folkmídia: difusão do Folclore pelas indústrias midiáticas
2004 - VII Folkcom	Folkcomunicação Política: <i>a comunicação na cultura dos excluídos</i>
2005 - VIII Folkcom	A comunicação dos pagadores de promessas. Do ex voto à indústria dos milagres
2006 - IX Folkcom	Folkcomunicação e Cibercultura: A voz e a vez dos excluídos na arena digital
2007 - X Folkcom	A comunicação dos migrantes: Fluxos massivos, contra-fluxos populares

FOLKCOM'1998: A primeira Conferência Brasileira de Folkcomunicação – I FolkCom – foi realizada na Universidade Metodista de São Paulo, no mês de agosto de 1998, entre os dias 12 e 14. Homenageou a memória de Luiz Beltrão – que se estivesse vivo comemoraria 80 anos na época. O Encontro discutiu a relação dos meios de comunicação de massa com a cultura popular e foi muito frutífero, recebendo comunicações de todo Brasil. Contou também com a presença de Dona Zita de Andrade Lima, esposa do professor Luiz Beltrão e uma comitiva de 23 paraguaios, professores e estudantes da Universidad Nacional de Asunción.

FOLKCOM'1999: II FolkCom aconteceu no período de 11 a 15 de agosto, na cidade mineira de São João Del Rei. Realizada pela Fundação de Ensino Superior de São João Del Rei – Funrei – homenageou o centenário de nascimento do folclorista Luiz da Câmara Cascudo, pela inestimável contri-

buição que seu legado proporcionou à definição da identidade da cultura popular brasileira.

FOLKCOM'2000: O III FolkCom foi realizada na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), na cidade de João Pessoa, entre os dias 26 e 29 de junho. O evento contou com a participação de pesquisadores da área de Folkcomunicação vindos de diversas regiões do país. Dentre os principais objetivos do encontro destacamos o estudo das obras de três grandes pesquisadores da Cultura Popular Brasileira, que têm origem no Nordeste: Altamar Pimentel, Gilberto Freyre e Mário Souto Maior. Todos eles, em suas pesquisas, analisaram temas ligados à questão da mídia e da cultura popular.

FOLKCOM'2001: A IV Conferência Brasileira de Folkcomunicação ocorreu na cidade de Campo Grande, capital do estado de Mato Grosso do Sul, entre os dias 26 e 29 de junho de 2001. O objetivo desta Folkcom foi o de estudar a natureza das festas populares vigentes no limiar do século XXI, identificando os processos comunicacionais. Contou com a presença de cerca de 700 pesquisadores, estudantes, professores e comunidade que puderam verificar, apresentar e discutir os trabalhos oriundos de diversas partes do país.

FOLKCOM'2002: A V Folkcom foi realizada pela Universidade Monte Serrat, na cidade de Santos, São Paulo. Teve como objetivo principal estudar os processos folkcomunicacionais, cuja difusão era feita pela mídia impressa. Analisar, reconhecer e interpretar os meios impressos de que se valiam os agentes populares da cultura tradicional: folhetos, almanaques, opúsculos, volantes, panfletos, santinhos e outros. Estudar e compreender as mensagens folkcomunicacionais (notícias, anúncios, imagens) publicados na mídia impressa (jornais, revistas, livros)⁵.

FOLKCOM'2003: A VI Conferência Brasileira de Folkcomunicação aconteceu no SESC Mineiro de Grussaí, em São João da Barra, no Rio de Janeiro, entre os dias 3 e 6 de abril. O evento foi realizado pela Faculdade de Filosofia de Campos, Curso de Comunicação Social, Campos dos Goytacazes – RJ. O objetivo do encontro de 2003 foi o de delinear o perfil da folkcomunicação na mídia a partir da localização dos seres humanos, da festa, da culinária, do artesanato, da música, da religião, da arquitetura, do trabalho etc. Além de realizar estudos documentais descrevendo-os e analisando-os enquan-

⁵ Texto retirado do folder da V Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada entre os dias 1 e 4 de maio de 2002, na cidade de Santos, São Paulo.

to processos e fenômenos folkmediáticos, localizando seus agentes codificadores, seus canais de expressão, o tipo de mensagem, o público que se destina. Demonstrando como a mídia se apropria e globaliza os conteúdos do folclore, através de um levantamento do material veiculado em jornais, revistas, TVs, Internet, rádio, cinema, histórias em quadrinhos etc. Intercambiando subsídios com outros pesquisadores ligados à Rede Folkcom/Unesco e novos pesquisadores, inclusive de iniciação científica.

FOLKCOM'2004: A VII Folkcom foi realizada no Centro Universitário Univates, na cidade de Lajeado, no Rio Grande do Sul, entre os dias 13 e 16 de maio de 2004. Recebemos aproximadamente 200 pesquisadores, entre professores, estudantes e estudiosos da área da Folkcomunicação, de 35 instituições diferentes, representando 15 Estados da Federação, além de pesquisadores de Portugal e da França. O evento foi realizado pelo Curso de Comunicação Social da Univates. Os objetivos do encontro de 2004 foram o de “inventariar, registrar, debater, generalizar e formular novas hipóteses sobre os fenômenos políticos que permeiam o tecido das manifestações folkcomunicacionais. Porém, não apenas analisar o conteúdo político das mensagens produzidas e difundidas pelos agentes da folkcomunicação, mas também as apropriações feitas pelos agentes políticos em relação às expressões culturais das classes subalternas e dos segmentos culturalmente excluídos da sociedade brasileira⁶”.

FOLKCOM'2005: A VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação foi realizada na cidade de Teresina, no Piauí. Realizada no período de 9 a 12 de junho de 2005, foi sediada pelo **Centro de Ensino Unificado de Teresina (CEUT)**. O evento contou com aproximadamente 348 participantes, representando quinze estados brasileiros. Para muitos pesquisadores, o evento consolidou os trabalhos iniciados em 1998, por ocasião da I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, pois, além de ter sido realizada na capital do sertão do Nordeste, resgatou a cultura popular através dos ex-votos, o que significou retomar os estudos iniciais de Luiz Beltrão, fundador da disciplina da folkcomunicação.

FOLKCOM'2006: A IX Conferência Brasileira de Folkcomunicação, foi realizada no período de 9 a 11 de outubro de 2006, em São Bernardo do Campo (SP), e fez parte do Unesco – evento comemorativo dos dez anos da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação. Através do tema “A folkcomunicação e cibercultura: a voz e a vez dos excluídos na arena digital”, bus-

⁶ Objetivos do evento, texto disponível no folder do evento de 2004.

cou-se compreender como essas formas tradicionais de comunicação estão sobrevivendo na arena globalizada.

FOLKCOM'2007: A X Conferência Brasileira de Folkcomunicação foi realizada no período de 15 a 18 de agosto, em Ponta Grossa, Paraná e teve como tema “A comunicação dos migrantes: fluxos massivos, contra-fluxos populares”. O Paraná é um dos estados com maior diversidade étnica do Brasil, com uma representatividade bastante acentuada dos principais traços do processo de imigração no país. Esse processo de “mestiçagem” foi responsável pela constituição de um “mosaico cultural” formado por diversas contribuições étnicas: negros, alemães, poloneses, ucranianos, italianos, japoneses, árabes, índios, holandeses, portugueses, somando 28 etnias que colonizaram o Estado, a partir de 1850. Então, em 2007, o escopo central foi o de reunir pesquisas que tinham como mote central o processo de hibridização cultural e as contribuições étnicas que constituem a identidade brasileira. O principal objetivo desse encontro foi o de problematizar os processos migratórios e imigratórios, como elementos importantes para a constituição da cultura e da identidade no Brasil⁷.

3. OUTRAS FORMAS DE DIVULGAÇÃO DOS TRABALHOS DO MESTRE LUIZ BELTRÃO

Também no ano de 2006, a Cátedra completou uma década de sua sede no Brasil, mais precisamente no Campus Rudge Ramos, da **Universidade Metodista de São Paulo**. E para comemorar essa efeméride o professor José Marques de Melo decidiu que o Anuário Unesco/Metodista nº10⁸ teria a sua edição monográfica dedicada ao mestre Luiz Beltrão, fazendo uma justa homenagem ao pioneiro dos Estudos em Comunicação no Brasil.



Capa do Anuário
Unesco/Metodista de
Comunicação Regional

Também no ano de 2006, duas datas foram representativas na trajetória de Luiz Beltrão. 1) Fez setenta anos do início de sua carreira jornalística, na cidade do Recife, como repórter do *Diário de Pernambuco*, o mais antigo jornal diário em circulação na América Latina e no âmbito da Lusofonia; e 2) Vinte anos do seu falecimento na capital da República Federativa Brasileira, Brasília.

⁷ Objetivos do evento, disponível no folder do evento de 2007.

⁸ Publicação periódica da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação que publica temas ligados ao desenvolvimento regional, além de evidenciar as atividades desenvolvidas pela Cátedra Unesco.

Assim, a edição do Anuário Unesco/Metodista nº10, do ano de 2006, editado pela **Universidade Metodista de São Paulo**, traz um panorama dos principais legados do mestre, quer na área do jornalismo, quer nos estudos sobre a Folkcomunicação. Trata-se de um trabalho de compilação fundamental para permitir que as novas gerações tenham contato com um material essencial para o entendimento da comunicação, do jornalismo e das teorias que permeiam esses campos do saber.

São diversos textos publicados por Luiz Beltrão ao longo de sua trajetória profissional e acadêmica. Vários desses escritos já não estão disponíveis no mercado editorial por estarem com suas edições esgotas. Muitos são trabalhos seminais, outros já apresentam resultados de anos de pesquisa e interação com a comunicação. São reflexões que contemplam mais de 30 anos de dedicação ao entendimento da comunicação e do jornalismo como campos do conhecimento humano, da participação popular, da socialização de conhecimentos e da igualdade de direitos.

Essa publicação vem preencher uma lacuna para aqueles estudiosos que buscam na obra de Luiz Beltrão a referência necessária para aprofundar seus estudos e suas reflexões, tendo como identificador um alvitre pioneiro, vasto e fundamentado na práxis comunicativa.

PORTAL LUIZ BELTRÃO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO: VIDAS PARALELAS



A idéia nasceu, inicialmente, da grande demanda nacional e internacional recebida, quase que diariamente, na Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação na busca de informações sobre as obras e as teorias do mestre Luiz Beltrão.

O professor José Marques de Melo lançou, no ano de 2004, o desafio para a equipe da Cátedra Unesco/Metodista para o desenvolvimento de um espaço capaz de atender a essa procura. Além disso, outro aspecto motivador foi o fato da Cátedra estar à frente do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação⁹,

⁹ O **Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação** destina-se a reconhecer a qualidade do trabalho acadêmico realizado nas universidades ou nos centros/institutos de pesquisa, valorizando a atuação individual, grupal ou coletiva. Sua finalidade é identificar anualmente quais as pessoas, equipes ou instituições que apresentaram **contribuições relevantes para o campo das ciências da comunicação**, de modo a construir/consolidar a identidade da nossa comunidade acadêmica.

promovido anualmente pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e que no ano de 2007 teve a sua décima edição.



Informações sobre o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação podem ser obtidas nos sites: www.intercom.org.br ou www.metodista.br/unesco

Então, uma equipe entusiasmada de jovens estudantes de graduação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda da **Universidade Metodista de São Paulo**, coordenados pela professora Dra. Maria Cristina Gobbi, aceitou a provocação do professor José Marques de Melo e desenvolveu o “Portal Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação”.

O *layout* inicial ficou a cargo da então estudante de Publicidade e Propaganda, Larissa Didone, ainda no ano de 2004. Em 2005, novas modificações foram incorporadas pelo aluno de Jornalismo Marcel Chanquini Salim. Essa nova versão, disponível no endereço web: www.metodista.br/unesco, é a primeira versão do projeto disponibilizada para o público, e está sob a responsabilidade de Bruno Galhardi e Talita Itabaiana (Estagiários da Equipe da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação) e os estudantes Daniel Augusto Ribeiro Pereira, Bruno César Cova Galhard, Guilherme Enrico Salviati, Natália de Oliveira Ballotin, Marcel Chanquini Salim, Marcel Rangoni Guerra e Raquel Zippert Saito (Estagiários Voluntários), todos do curso de Jornalismo da **Universidade Metodista de São Paulo**. Além da colaboração, sempre entusiasmada, de Damiana Rosa de Oliveira, assistente administrativa da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação. Também não poderíamos deixar de mencionar a colaboração de Keila Braçal, estagiária da Cátedra Unesco/Metodista no ano de 2004 e 2005.

A equipe optou por disponibilizar o material na Internet por julgar ser um espaço de grande acesso aos pesquisadores, professores e estudantes da comunicação, tanto no Brasil como no exterior. Além disso, outra motivação

foi a de que não haveria limitações de espaço no que referia aos conteúdos, à quantidade de fotos e outros documentos. Nem, tampouco, dificuldades de difusão do trabalho, como acontecem normalmente em outras mídias.

Outro detalhe que julgamos fundamental de ser mencionado é que graças ao apoio constante recebido da **Universidade Metodista de São Paulo** para as ações realizadas pela Cátedra Unesco, o acesso ao portal é livre e sem custos para a comunidade acadêmica.

Disponível no site www.metodista.br e no endereço www.intercom.org.br, o projeto ambiciona ser um espaço de pesquisa, principalmente para as novas gerações de estudantes da área da comunicação.

O Portal está dividido em duas partes. A primeira, **Biografia**, traz textos escritos por diversos pesquisadores, dentre eles: José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Paulo Rogério Tarsitano, Jorge Duarte, José Carvalho Marangoni, entre outros.

A seção de **Bibliografia** mostra as principais referências deixadas por Luiz Beltrão, além de outras obras de estudiosos do tema Folkcomunicação. **Hemerografia** disponibiliza as contribuições nas mais diversas mídias sobre o legado do mestre. **Iconografia** contribui com um acervo fotográfico das várias etapas da vida de Luiz Beltrão. Em **Depoimentos** estão registradas as impressões de investigadores da área da comunicação sobre as teorias de Luiz Beltrão e finalmente, em **Documentos** há registros dos mais variados trabalhos realizados, tendo a obra do mestre como escopo principal.

Na segunda parte do *site*, nas várias seções disponibilizadas, é possível fazer um acompanhamento das dez edições do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, que é concedido anualmente pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Neste espaço está disponibilizado o perfil dos premiados por ano e por categorias¹⁰, além de

¹⁰ O prêmio está dividido em dois grupos: Personalidades e Instituições. Será concedido em 4 distintas categorias, sendo duas premiações para cada grupo. **PERSONALIDADES** - 1 - **Liderança emergente**: Destinado ao jovem doutor que esteja adquirindo projeção local ou regional pela seriedade e produtividade do trabalho desenvolvido, pela capacidade de liderar projetos/equipes e pela busca de conexões nacionais/internacionais. A seleção deve ser feita pelos indicadores da trajetória percorrida num período mínimo de 5 anos e máximo de 10 anos após o doutoramento do candidato. 2 - **Maturidade acadêmica**: Destinado ao pesquisador-sênior, autor de estudos significativos e produtor de conhecimento comunicacional que tenha obtido reconhecimento nacional e/ou internacional. A escolha se fará a partir do conjunto da obra. **INSTITUIÇÕES** - 3 - **Grupo inovador**: Destinado aos núcleos de pesquisa que venham se destacando pela capacidade de inovar nos planos teórico, metodológico, tecnológico ou pragmático, construindo idéias, gerando produtos ou modelos comunicacionais. A seleção se fará pelos indicadores da trajetória do grupo nos últimos 5 anos. 4 - **Instituição paradigmática**: Destinado aos cursos, departamentos, escolas, institutos, empresas, sindicatos, associações, igrejas, ONGs ou órgãos públicos que tenham se notabilizado pela criação/manutenção/fortalecimento de programas de pesquisa sistemática dos fenômenos comunicacionais. A seleção se fará pelos indicadores da produção institucional dos últimos 5 anos.

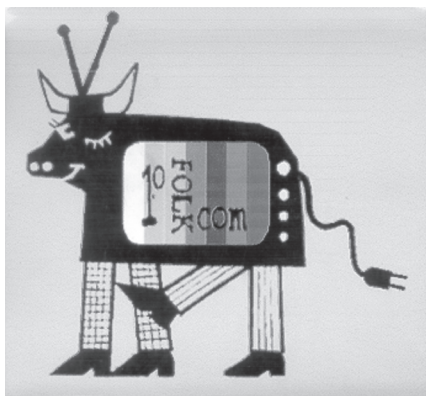
informações sobre o júri, os promotores, os patrocinadores e os parceiros nas várias edições do evento, e mais uma parte de vídeos e depoimentos.

Não se trata de um projeto concluído, mas de uma primeira imersão no grande legado do mestre Luiz Beltrão.

Para que esse espaço de pesquisa fique cada vez mais completo, aceitamos indicações, contribuições de textos, fotos e outros materiais, além de sugestões e críticas. Todo o material pode ser enviado para os e-mails: mcgobbi@terra.com.br ou luizbeltrao@metodista.br. Ou ainda para o endereço: Universidade Metodista de São Paulo, Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação, Portal Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, aos cuidados da professora Dra. Maria Cristina Gobbi, Rua do Sacramento, 230 – Edifício Capa, sala 323, Rudge Ramos, CEP: 09046-000 - São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil.

A REDE FOLKCOM: UM CONVITE PARA A PARTICIPAÇÃO DE TODOS

No ano de 2004 constituiu-se a Organização não Governamental Rede Folkcom – Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação. Ela tem como missão ser um núcleo aglutinador de pesquisadores e estudiosos da folkcomunicação, geradora de reflexões, estudando o folclore como um processo permanente de comunicação e a mídia como um meio¹¹.



Símbolo da Rede Folkcom criado por Marco Aurélio Briseno para a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, ocorrida no ano de 1998, na Universidade Metodista de São Paulo.

¹¹ Cristina Schmidt. **Folkcomunicação na arena digital**. Avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

A Rede surgiu a partir de um desafio lançado pelo professor José Marques de Melo, durante o VI Encontro Brasileiro de Folkcomunicação, no ano de 2003, para um grupo de estudiosos da comunicação.

Assim, José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Cristina Schimidt, Rosa Nava, Marlei Sigrist, Maria Cristina Gobbi, Alfredo D'Almeida, Marcelo Pires de Oliveira, Joseph Luyten (*in memoriam*), Samantha Castelo Branco, Severino Lucena, Osvaldo Trigueiro, Fábio Rodrigues Corniani, Betania Maciel, Sérgio Gadini, Lílían Assumpção, José Carlos Aronchi, Esmeralda Villegas, Carlos Nogueira, Antonio Barros, Osvaldo Trigueiro, Zeneida Assumpção, Karina Woitowicz, Rosangela Marçolla, Sebastião Breguez, Guilherme Rezende, entre outros aceitaram o estímulo e criaram a Rede Folkcom, em 2004.

A Rede, de acordo com seu estatuto, objetiva:

1. Delinear o campo da folkcomunicação definindo um arcabouço teórico metodológico;
2. Compreender o contexto da folkcomunicação a partir da localização: do homem, da festa, da culinária, do artesanato, da música, da religião, da arquitetura, do trabalho etc;
3. Realizar estudos documentais e empíricos descrevendo-os e analisando-os enquanto processos e fenômenos folkmediáticos, localizando seus agentes codificadores, seus canais de expressão, o tipo de mensagem, o público que se destina;
4. Intercambiar subsídios com os pesquisadores ligados à Rede Folkcom e com novos pesquisadores e outras entidades de pesquisa, inclusive internacionais;
5. Promover seminário e/ou reunião científica nas instituições de origem de cada pesquisador a fim de ampliar a discussão da Folkcomunicação;
6. Divulgar os resultados das pesquisas em eventos científicos regionais, nacionais e internacionais.

A Dra. Cristina Schimidt (2005), ex-presidente da Rede, afirma que “a Rede Folkcom adquire um papel de diálogo, questionamento e fomentando a pesquisa”, estimulando a participação de pesquisadores e estudantes da comunicação, o que pode ser observado nas várias ações que vem realizando e no número cada vez maior de estudiosos que fazem parte de seu quadro associativo.

A Rede Folkcom atualmente é dirigida pela professora Dra. Betania Maciel e está disponível para a participação de pesquisadores, professores e estudantes que se interessam pelos estudos da folkcomunicação. Os contatos podem ser feitos pelo e-mail: catedra.unesco@metodista.br.

Finalizando, o que observamos na série de ações disponibilizadas neste artigo é que desde a década de 1960, a Folkcomunicação vem ensejando um conjunto de produtos que tem estimulado os debates e a compreensão das manifestações da cultura popular no campo da comunicação. Essas pesquisas contribuem para a atualização do trabalho do professor Luiz Beltrão. São várias as produções que demonstram a importância e a diversidade dos estudos folkcomunicacionais e sua aplicação na área.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo, Editora UESP, 2004.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação** – Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias (tese de doutorado), Brasília, Universidade de Brasília, 1967. (Esta obra foi recentemente publicada pela coleção Comunicação da EDIPUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001).
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**, a comunicação dos marginalizados, São Paulo: Cortez, 1980, p. 259-279.
- BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.
- BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.
- BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2000.
- BRANDÃO, Theo. **Folguedos Natalinos**. 3ª. Ed., Maceió: UFAL, 2003.
- CARNEIRO, Edison. **A dinâmica do folclore**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.
- CARNEIRO, Edison. **A Sabedoria Popular**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura, Instituto Nacional do Livro, 1957.
- CASTELO BRANCO, Samantha. Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática. In: DUARTE & BARROS, org. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 110-124
- COCHRANE, Allan. Global worlds and worlds of difference. In: ANDERSON, BROOK and COCHRANE (eds). **A Global World**. New York: Oxford University Press, 1995, p. 249-280
- DIÉGUES JÚNIOR, Manuel. **Regiões Culturais do Brasil**. Rio de Janeiro: MEC-INEP, 1960.
- GRAMSCI, Antonio. History of the Subaltern Classes: Methodological Criteria, In: MATTELART, Armand and SIEGELAUB, Seth (orgs.). **Communication and Class Struggle**, 1o. vol., Paris, IMMRC, 1979, p. 90-91.
- HOBSBAWN, Eric & RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- LIMA, Rossini Tavares de. **A ciência do folclore**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- LIMA, Rossini Tavares de. **Abecê do folclore**, 5ª. Ed., São Paulo: Ricordi, 1972.
- MAYNARD ARAÚJO, Alceu. **Cultura Popular Brasileira**. São Paulo: Melhoramentos, 1973.
- MARQUES DE MELO, José. O folclore midiático. In: **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004, p. 269-272.

MARQUES DE MELO, José. Comunicação, região, desenvolvimento, In: MARQUES DE MELO, BRUM, LINHARES, BRITO & GOBBI, (orgs). **Comunicação, região & desenvolvimento**. Campo Grande: UNIDERP, 2004b, p. 19-26

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação e classes subalternas**. São Paulo, Cortez, 1980, p.111-14.

McLUHAN, Marshall. **The Mechanical Bride** – Folklore of the Industrial Man, Boston, Beacon Press, 1951.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na arena global**. São Paulo: Ductor/Rede Folkcom, 2006